

# (NE)OHROŽENÍ

OMG Research

VE SPOLUPRÁCI SE SPOLEČNOSTÍ FTV PRIMA  
REALIZOVYLY VÝZKUM O ČESKÝCH MUŽÍCH VE VĚKU 30-45 LET.

V první fázi jsme na základě analýzy cílové skupiny muži 30-45 let v datech MML-TGI 2017 vybrali respondenty pro etnografické pozorování. Etnografické rozhovory jsme uskutečnili v průběhu května a června 2018. V čase stráveném s muži jsme pozorovali jejich životní styl, ptali jsem se na jejich hodnoty, postoje či vnímání partnerství a rodiny. Zaměřili jsme se na sledování médií, používání technologií a nákupní chování. Poznatky jsme ověřili v reprezentativním online výzkumu na 700 respondentech ve věku 30-45 let. Na základě výzkumu vznikl dokument „(Ne)ohrožení“.



## Fakta Demografie

Populace muži 30-45 let zahrnuje 1 413 000 obyvatel, tj. 16,1 % z celé populace ČR

50 % z nich je ženatých, 9 % se již stihlo rozvést, 17 % nemá aktuálně žádný stálý vztah 39 % ještě nemá žádné děti



## HODNOTY, POSTOJE

*Ty děti zastavily všechny ty kulišárny, co jsem prováděl, jsem se trochu uklidnil.  
(Ondra, 31)*

Muži 30-45 jsou oproti populaci **spokojenější skupinou** (75 % spokojených oproti 66 % v populaci). Více než dvě třetiny domácností si z finančního hlediska **žijí nadstandardně**.

Nejdůležitější jsou v životě mužů **tradiční hodnoty** jako zdraví či rodina. Na práci je důležité především to, aby dávala **smysl** a poskytovala **čas na vlastní aktivity**. Kariéra a peníze jsou více v pozadí.

Hlavním životním cílem je **postarat se o rodinu**. Žít pro to, abych si užil, je spíše doménou mladších mužů.

Z hodnot se u **nejmladších** objevuje častěji **kariéra, nadstandardní vzdělání dětí, věnovat čas dětem a rodině**. U **nejstarších** nejvíce dominují **zážitky, přátelství a volnost**.

V přístupu k mužským a ženským rolím jsou muži poměrně **liberální**, jen **39 %** souhlasí, že žena by měla vždy upřednostnit rodinu před kariérou a pouze **12 %** si myslí, že „žena patří k plotně“.



## Vztahy, rodina

*Máti funguje s malým úplně úžasně. Bez ní si to nedokážeme představit. (Mirek, 39)*

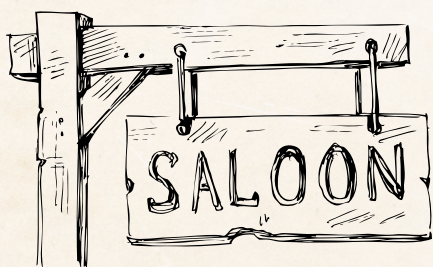
Více než **polovina** mužů **žije s manželkou a dětmi** v domácnosti. **¼ žije s přítelkyní, 11 % žije samo**. Nejvíce svobodných žije v Praze (51 %).

Téměř 2/3 mužů vychovávají či vychovávali děti. Průměrný počet na jednoho muže je 1,9 dítěte, s vyšším vzděláním počet klesá.

Pokud mají muži dítě z předchozího vztahu, tak naprostá většina se s ním vidá často.

9 z 10 mužů má rádo svou matku a mají bezproblémový vztah. Vztahy s otcem jsou problematictější, je tam více třecích ploch, otec je ale především autoritou. Vztahy s tchánem i tchýní jsou bezproblémové (v 80 % vztahů), s tchánem mírně pozitivnější než s tchýní.

3/4 mužů uvádí, že péče o děti i nákupy řeší s partnerkou stejnou měrou, 23 % pak nechává péči o děti čistě na partnerce. O nákupy se vůbec nestará téměř 1/5 mužů. Starost o služby a provoz domácnosti je již především záležitostí mužů (v téměř 60 % případů).



## Volný čas

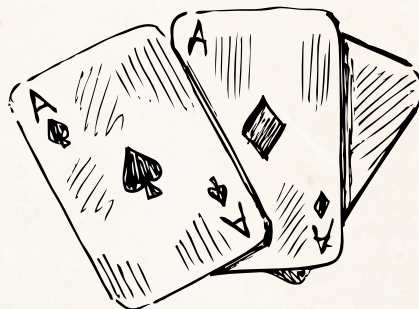
*Nejradši bych tahal vozík s dítětem, skloubil tak sport a rodinu... rodina je na prvním místě. (Petr, 35)*

Nejvíce volného času věnují muži dětem, s odstupem pak četbě novin a časopisů (tištěné i online), výletům, sportu, uklízení a vaření.

Nejoblíbenějším koníčkem je jednoznačně sport.

56 % mužů považuje za důležité, jak vypadají a jak jsou oblečení. Téměř polovina respondentů se snaží dodržovat zásady správné výživy.

70 % mužů se zajímá o aktuální dění u nás i ve světě, zejména starší muži. Více než 1/4 se aktivně zapojuje do společenského dění ve svém okolí.



## PRÁCE

*Podle mě na třicátníky už ten tlak tak velký není. Jim už ty velký džobý ujely... (Michal, 42)*

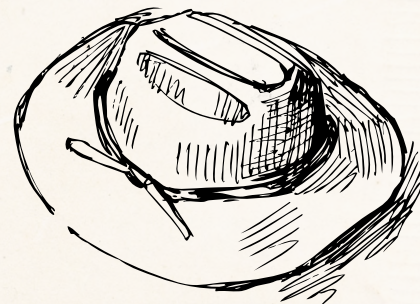
*Já když jsem začal pracovat, tak jsem věděl, že nechci pracovat na plnej úvazek. On je to dneska takovej trend, hodně pracovat a mít hodně peněz, ale já jsem už tehdy věděl, že to nechci za tu cenu nemít žádný volnej čas. (Honza, 30)*

Muži jsou „v nejlepších letech“ mezi 31-46 lety, „vrchol kariéry“ pak přichází o něco později – mezi 35 a 51 lety.

Kariéra není pro muže tím hlavním v životě – jen třetina chápe svoji práci jako kariéru spíše než pouhé zaměstnání.

61 % však udává, že o práci často přemýšlí doma.

Peníze jsou ale podle 72 % mužů jedním z nejzákladnějších předpokladů šťastného života.



## Značky a nakupování

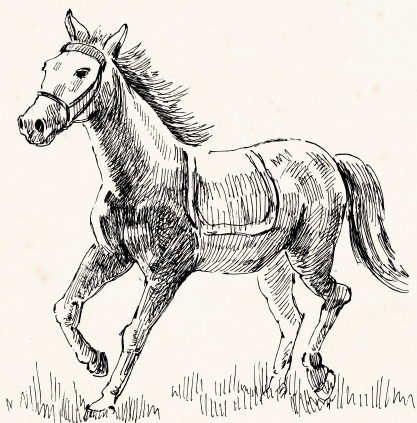
*Když si něco vybírám, tak začnu na internetu, tam jsou o tom vždycky nějaký články, jak si vybrat notebook, na co zaměřit, na co si dát pozor a takhle. Udělám si na to názor a pak se snažím najít někoho kdo tomu rozumí a s ním se o tom pobavím... (Honza, 30)*

90 % mužů nakupuje každý měsíc přes internet. Nejvíce dovolenou, elektroniku a spotřebiče.

82 % deklaruje, že jsou ochotni zaplatit více peněz za kvalitu. Ovšem 2/3 mužů nakupuje chytře zboží v akci.

Nejčastěji jsou muži ochotni připlatit za dovolenou a výlety (více než polovina), 43 % pak za dobré jídlo, více než 1/3 za elektroniku a stejné množství za sportovní vybavení.

Při nakupování dají muži nejčastěji na doporučení známých (73 %) či recenze na internetu (62 %), nalákají je ale také slevy (65 %).



## TELEVIZE A DALŠÍ MÉDIA

*Na televizi se dívám...spíš u ní spím. Snažím se dívat, když to Lucka přepne, tak se vzbudím. (Mirek, 39)*

Online TV vysílání sleduje týdně 37 % mužů, **nejpopulárnější** je ale stále **klasická TV obrazovka**. Smart TV využívá 55 %.

Asi **polovina** je ochotna **příplatit za online video obsah**.

**Placené internetové TV služby** (jako Netflix, O2 TV, HBO, Voyo apod.) využívá měsíčně 18 %, nejčastěji O2 TV.

Při sledování video obsahu na internetu převažuje **streaming** (týdně polovina, stahování jen čtvrtina).

**Vyšší zájem o internetové zpravodajství** oproti tištěné formě (deníky čte 6 %, online zpravodajské servery 53 % denně).

## INTERNET A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

*Mobil používám hodně, mám ho u sebe furt a hodně využívám všechny možnosti co mi smartphone nabízí. (Tomáš, 43)*

Muži se **neobejdou bez internetu v mobilu** – na denní bázi využívá 65 %.

Propadli **komunikačním aplikacím** (WhatsApp, Messenger) – téměř **polovina** využívá každý den, což je více než sociální sítě jako takové.

Ze sociálních sítí je **nejpoužívanější Facebook** (týdně 52 %), **3x více než Instagram** (18 % týdně).

Na smartphonu nejvíce využívají **kancelářské aplikace** (email, kalendář) a **navigaci**, polovina také přes **aplikace nakupuje**.

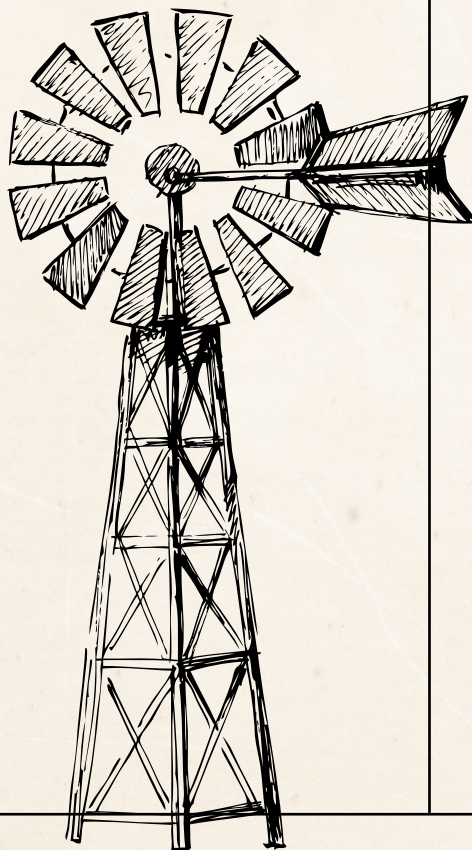


**Seznamovací aplikace** (Badoo, Tinder, Grindr) využívá 17 % z nich.

Aplikace **hudebních knihoven** (Spotify, Google Music, Apple Music) využívá asi **třetina** mužů.

Oblíbená kratochvíle jsou **online videa** – polovina sleduje několikrát týdně, 20 % každý den.

Muži mají rádi **technologické vychytávky**, populární jsou dnes chytré a sportovní **hodinky**, kterými s pomocí chytrých aplikací sledují své sportovní výkony a životní funkce.



# Ve filmu (NE)OHROŽENÍ vystupují:

## 1 MLADÍ PERSPEKTIVNÍ SINGLES

Bez rodiny, nezávislí, akční. Zájmy a koníčky jsou pro ně vším. Práce není smyslem života, je spíše prostředkem k naplnění jejich zájmů. Do těch jsou ochotni (v rámci svých možností) téměř neomezeně investovat.

**Honza, 30 let, Praha,**  
„Lovec – individualista“



**Petr, 35 let, Roztoky,**  
„Železný muž – romantik“



**Omar, 34, Praha,**  
„Podnikavý bohém“



## 2 MOVITĚJŠÍ RODINA ZE SATELITU

Rodiny s vyšším příjmem, z větších měst, často na vyšších pracovních pozicích. Čas je pro ně nedostatkovým zbožím, většinu ho obětují práci. O to víc jsou však ochotni připlatit za časově úsporná řešení, která jim vyšetří čas na koníčky, kterých mají celou škálu.

**Michal, 41 let, Benice,**  
„Byznysmen ze satelitu“



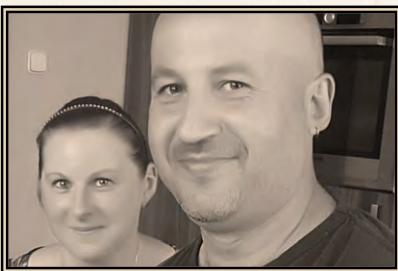
## 3 BĚŽNÁ RODINA

Rodiny z města i z vesnice s průměrným příjmem. V práci nechtějí trávit víc času, než je nezbytné. Preferují trávit klidný čas s rodinou. Rodina je pro ně hlavní priorita, věnují jí svůj volný čas i finance.

**Ondra, 31 let, Brno,**  
„Otec snů – pohodář“



**Mirek, 39 let, Maršikov,**  
„Rodinný typ z vesnice“



## 4 OSAMĚLÍ VLCI

Starší singles, bez závazků, spoléhají jen na sebe. Někdy za sebou již mají rodinnou zkušenost, od které odešli budovat svoji svobodu. Často jsou ale bezdětní. Nemají velké životní ambice ani jasně daný směr. Chtějí si to prostě užít.

**Honza, 39 let, Nižbor,**  
„Vikingský válečník – divoký muž“



## 5 RODINNÝ RESTART

Prošli si rozvodem a začali nebo začínají nanovo. Odpoutání od staré rodiny jim umožňuje zaměřit se znovu na koníčky, práci, ale i vybudit energii na hledání nové partnerky, se kterou zažijí děja vu idylických rodinných momentů.

**Tomáš, 42 let, Dolní Jirčany,**  
„Zamilovaný restart“

